

## **BAB III**

### **METODOLOGI PENELITIAN**

#### **A. Metode Penelitian**

Metodologi adalah cara yang tersistem melalui berbagai prinsip secara ilmiah dengan menggunakan disiplin ilmu agar meraih tujuan.<sup>1</sup>, dengan merujuk pada pengertian tersebut, maka diperoleh metodologi sebagai berikut:

##### **1. Jenis Penelitian**

Adapun penelitian ini menggunakan metode kuantitatif deskriptif. Dengan pengunjung KFC yang menjadi objek dalam penelitian ini. tepatnya di Lemabang, Palembang Sumatera Selatan. Data tersebut bersumber dari kuisisioner atau angket yang disebarakan kepada beberapa Pengunjung KFC di Lemabang.

##### **2. Sumber Data**

###### **a. Data Primer**

Sumber pertama dalam mendapatkan data disebut data primer, berupa kuisisioner dari hasil survey pengunjung KFC di Lemabang dengan keterangan Pengaruh Ketertarikan Desain Logo Terhadap Minat Beli Konsumen. Adapun sumber yang dimaksud yaitu sebagai berikut:

---

<sup>1</sup> Trihanondo, D & Yusanto, F. *Teknik Fotografi/Sinema Fotografi*. (Jurnal, Bandung: IM Telkom 2013),

- a) Pimpinan yang mengelola pihak KFC Ke. Lemabang Palembang
- b) Pengunjung atau konsumen KFC Kec. Lemabang Palembang

b. Data Sekunder

Data yang secara tidak langsung diperoleh melalui pihak lain seperti lembaga disebut data sekunder. Bisa juga melalui buku maupun jurnal dan artikel yang mendukung riset dalam penelitian.

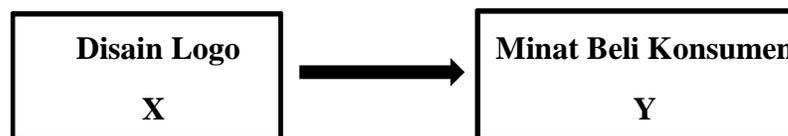
### 3. Lokasi Penelitian

Penelitian dilakukan di Jl. Yos Sudarso Lorong Lemabang No. 9 3 Ilir, Kec. Ilir Tim, II, Kota Palembang, Sumatera Selatan 30111.

### 4. Variabel Penelitian

Atribut dalam penelitian ataupun kegiatan yang dilakukan oleh peneliti dan memiliki kesimpulan yang bisa ditarik disebut dengan variabel penelitian. Variabel dalam penelitian ini memiliki dua variabel pokok yakni Dalam Disain Logo (X) dan Minat Beli Konsumen (Y).

Untuk mengetahui lebih jelas, dapat terlihat di sketsa berikut ini:



## 5. Definisi dan Operasional Sampel

Definisi operasional variabel adalah hal yang dinilai krusial agar bisa menghindari penyimpangan atau kekeliruan saat data telah dikumpulkan yang terjadi karena pemilihan dan alat yang digunakan untuk mengumpulkan kurang tepat, dan susunan pertanyaan yang tidak konsisten.<sup>2</sup>

Terdapat hubungan dua variabel yang terdapat di penelitian ini. Yang keduanya menjadi variabel utama atau pokok. Yakni variabel bebas dan variabel terikat. Pada penelitian ini, variabel pengaruh Desain Logo sedangkan variabel terkait adalah minat beli konsumen.

**Tabel 1.1**  
**Operasional Variable Ketertarikan Desain Logo**

Variabel	Indikator	Ukuran	Skala
Disain Logo	Kesederhanaan	1. Disain logo atau nama KFC memiliki kesederhanaan. 2. Warna merah dan putih pada disain logo KFC memiliki kesederhanaan.	Skala Likert
	Kesan yang Mendalam	1. Jenis logo yang digunakan ,	

<sup>2</sup> Gede Muninjaya, *Langkah-langkah Praktis Penyusunan Proposal dan Publikasi Ilmiah*, (Jakarta: Buku Kedokteran EGC, 2003), hlm. 24.

		<p>terdapat kesan bagi kaum muda.</p> <p>2. Harga murah bisa diberikan melalui adanya desain logo.</p>	
	Keabadian Disain logo	<p>1. Pemilihan nama KFC memiliki keabadian desain logo.</p> <p>2. Pada gambar logo KFC memiliki keabadian logo.</p>	
	Ketepatan Sasaran	<p>1. KFC banyak diminati semua kalangan dari remaja sampai orang tua.</p> <p>2. KFC memiliki harga yang terjangkau</p>	

**Tabel 1.2**  
**Definisi Operasional Variabel Pada Minat Beli**

<b>Variabel penelitian</b>	<b>Indicator variabel</b>	<b>Alat ukur variabel</b>	<b>Skala</b>
Minat Beli	Minat Eksploratif	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Informasi produk melalui intensitas pencarian</li> <li>2. Produk yang dicari merupakan salah satu produk terbaik.</li> </ol>	Likert
	Minat Transaksional	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Rasa ingin memiliki dan membeli produk barang</li> <li>2. Produk memiliki ciri khas atau cita rasa yang tidak ada pada produk lain.</li> </ol>	
	Minat Prefensional	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Pemilihan produk dan abai dengan produk lain.</li> <li>2. Memprioritaskan produk pada pilihan pertama.</li> </ol>	

	Minat Referensial	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Mereferensialkan kepada orang lain.</li> <li>2. Menginformasikan kepada orang lain bahwa produk tersebut banyak memiliki kelebihan.</li> </ol>	
--	-------------------	--	--

## 6. Metode Pengumpulan Data

### 1) Observasi

Observasi adalah metode yang datanya diperoleh secara langsung ke tempat lokasi penelitian di KFC Lemabang Palembang

### 2) Kuisisioner

Metode angket dan kuisisioner merupakan berupa pertanyaan yang ditujukan kepada pengunjung dengan sistem tertulis, gunanya untuk mendapatkan informasi tentang ketertarikan desain logo di KFC Lemabang Palembang.

Dalam penelitian ini, angket disebar dengan beberapa daftar pertanyaan-pertanyaan kepada pengunjung restoran KFC Lemabang dengan harapan memberi respon atau timbal balik atas pertanyaan yang diberikan. Indikator dari angket yang hendak disebar antara lain kepada pengunjung yang tidak buta huruf, dapat mendengar, dan bisa melihat.

Dari angket yang akan berikan dalam penelitian memiliki jawaban

sebagai berikut :

**Tabel 1.3**  
**Skor Angket**

<b>Nilai Pernyataan</b>	<b>Skor Pertanyaan</b>
Sangat Setuju (SS)	5
Setuju (S)	4
Netral (N)	3
Tidak Setuju (TS)	2
Sangat Tidak Setuju (STS)	1

3) Dokumentasi

Dokumentasi menjadi metode yang digunakan untuk mendokumentasi serta data penunjang yaitu jumlah pengunjung yang ada di KFC LemabangPalembang.

## **7. Populasi dan Sampel**

a. Populasi

Secara general wilayah yang terdiri dari objek atau subjek dalam penelitian yang berkualitas dan memiliki karakteristik yang telah ditetapkan untuk dipelajari dan disimpulkan.<sup>3</sup> Selain itu, populasi dihitung dari bulan April pengunjung restoran yang hendak datang ke restoran KFC Lemabang sejak

---

<sup>3</sup> Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif dan R&D*. (Jurnal, Bandung: Alfabeta, 2017).

dimulainya penelitian tersebut (April) 2021. Penelitian ini dipilih dari pengunjung yang datang pada bulan April 2021. Pengunjung yang berjumlah 7.000 jiwa per bulan adalah populasi di penelitian ini.

#### b. Sampel

Beberapa jumlah atau karakteristik yang telah ditetapkan berdasarkan populasi yang hendak diteliti disebut dengan sampel. Dengan metode random sampling, yakni pengambilan sampel dilakukan secara acak tanpa melihat strata yang terdapat di populasi penelitian.

Sampel ditentukan dengan menggunakan rumus Hair El, yang digunakan untuk mengukur populasi yang belum bisa dipastikan jumlahnya secara tepat. Ukuran dari sampel disarankan yaitu minimum 5-10 dikali jumlah variabel indikator.<sup>4</sup> Sehingga dapat diambil dari banyaknya indikator yakni 8 dikali dengan 10 ( $8 \times 10 = 80$ ). Maka, dengan menggunakan rumus di atas, sampel yang digunakan sebanyak 80 orang konsumen KFC Kec. Lemabang Palembang.

Dalam kasus ini, penelitian yang akan dilakukan awal bulan Januari tahun 2021.

### **8. Teknik Analisis Data**

Berdasarkan kuisioner yang didistribusikan serta ditanggapi oleh Pengunjung di KFC Lemabang Palembang. Data yang telah dikumpulkan akan dianalisis

---

<sup>4</sup>Hair JR, Joseph F, *Multivariate Data Analysis. Seventh Edition*, 2010, hlm. 176

melalui cara perhitungan SPSS 23. Data primer yang telah didapat peneliti di lapangan kemudian akan diaplikasikan menggunakan rumus statistik regresi sederhana, regresi sederhana berfungsi untuk mengestimasi variabel bebas dan variabel terikat.

Rumus uji regresi sederhana:

$$Y = a + bX$$

Keterangan:

Y = Nilai yang diramalkan

a = Konstanta

b = Koefisien regresi

X = Nilai variabel bebas

## 9. Uji Validitas dan Realibilitas

### a. Uji Validitas

Uji atau alat yang mengukur bahwa sesuatu itu mampu terukur.<sup>5</sup>

Rumus yang digunakan dalam uji ini menggunakan rumus yang dikembangkan Pearson yakni korelasi *Product Moment* dengan rumusnya sebagai berikut:

$$r_{xy} = \frac{n \sum x_i y_i - (\sum x_i)(\sum y_i)}{\sqrt{\{n \sum x_i^2 - (\sum x_i)^2\} \{n \sum y_i^2 - (\sum y_i)^2\}}}$$

---

<sup>5</sup> Muhammad Nisfiannoor, *Pendekatan Statistika Modern Untuk Ilmu Sosial*, (Jakarta: Salemba Humanika, 2009), hlm.212

- $r_{xy}$  : Angka Indeks Korelasi “r” product moment
- $n$  : responden keseluruhan
- $\sum xy$  : jumlah hasil dari operasi perkalian x dan y
- $\sum x$  : jumlah seluruh skor x 39
- $\sum y$  : jumlah seluruh skor y  $\sum x^2$  : jumlah seluruh skor x<sup>2</sup>
- $\sum y^2$  : jumlah seluruh skor y<sup>2</sup>
- $(\sum x)^2$  : jumlah seluruh skor  $(\sum x)^2$
- $(\sum y)^2$  : jumlah seluruh skor  $(\sum y)^2$

Angka r harus dibandingkan agar mendapatkan angka dari korelasi yang apabila r hitung > r tabel sehingga data dianggap valid. Begitupun sebaliknya.

b. Uji Realibilitas

Mengukur indicator dan variabel adalah tujuan dari uji realibilitas, melalui butir pertanyaan yang reliable dan konsisten. Dan diukur melalui table menggunakan *Alpha Cronbach*.

Berikut *alpha* untuk melihat ialah metode *Cronbach Alpha* :

$$a = \frac{kr}{1 + (k - r)r}$$

- a = koefisien keandalan alat ukur
- r = koefisien rata –rata korelasi antar variabel
- k = jumlah variabel bebas dalam persamaan

Metode *Cronbach Alpha* ada pada uji realibilitas yakni suatu instrument dan dinyatakan relibel jika alpha >0,60. Indicator yang mengukur reabilitas yakni reabilitas melalui criteria diantaranya:

No	Alpha / rhitung	Keterangan
1	0,8-1,0	Baik
2	0,6-0,799	Cukup
3	< 0,6	Kurang Baik

#### **A. Sistematika Penulisan**

Sistem penulisan yang baik adalah yang mampu dipahami oleh para pembaca ataupun penulis dari peneliti.

**BAB I** Pendahuluan, memuat latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian dan manfaat penelitian.

**BAB II** Landasan teori, memuat tinjauan pustaka, kerangka teori, landasan teori, dan hipotesis penelitian.

**BAB III** Metode penelitian, metode penelitian, dan sistematika penelitian

**BAB IV** Hasil dan pembahasan, memuat objek penelitian secara umum, waktu dan lokasi penelitian, responden menurut jenis kelamin, dan pembahasan penelitian.

**BAB V** Penutup, memuat kesimpulan dan saran.